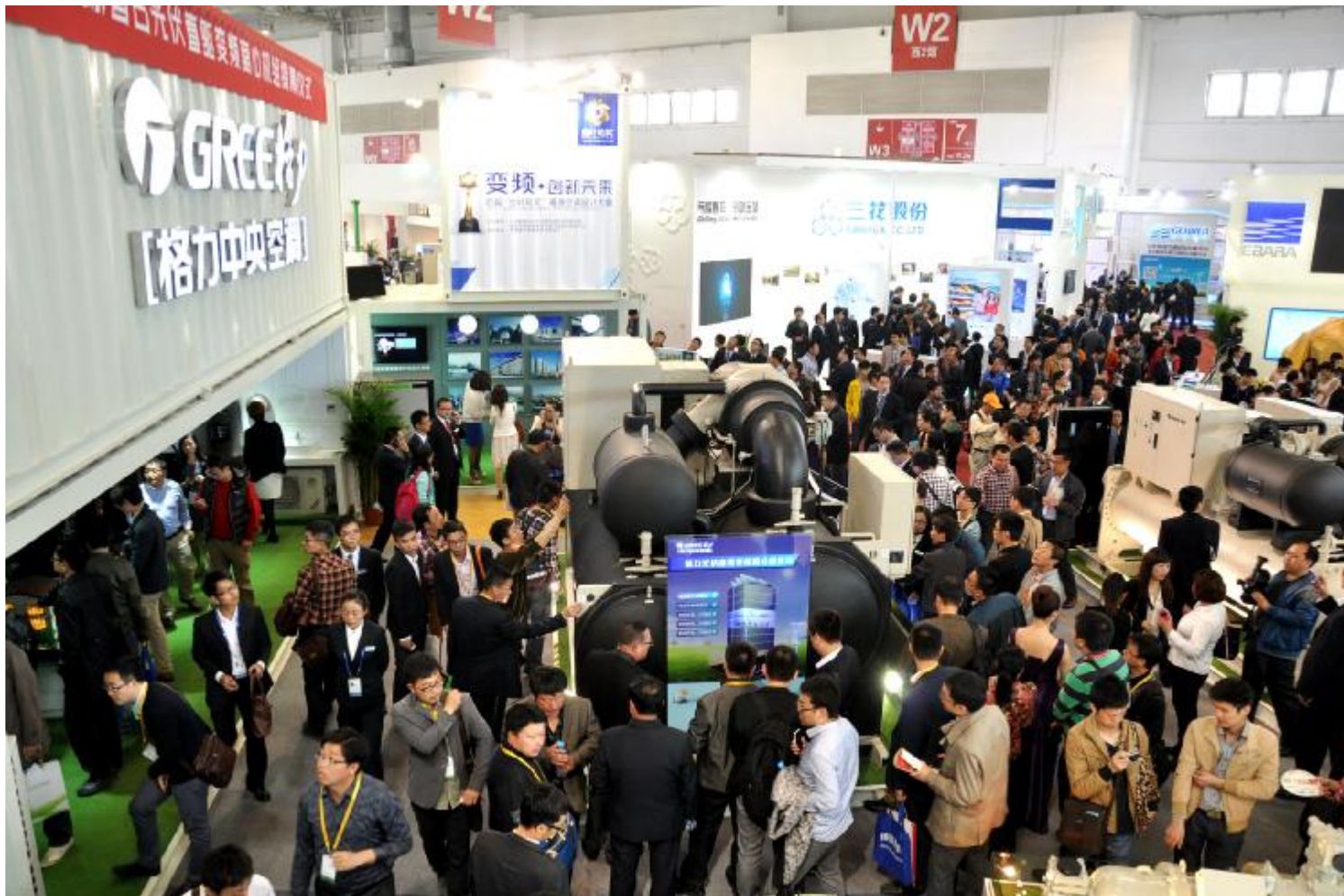




格力光伏、磁悬浮中央空调首次公开亮相

2版 >>



格力光伏直驱变频离心机成为本届制冷展最亮眼的明星产品。

◆ 新闻

《财富》揭晓“2014中国最具影响力的50位商界领袖”榜单

董明珠连续七年上榜

5月5日《人民日报》刊发报道《格力电器严抓管理关爱员工》

“ ”

2版 >>

◆ 市场

格力红四月 “红透”山东

4天销量突破62万套,创山东家电业单项营销活动销量的历史新高。

3版 >>

◆ 副刊

奔跑的员工才配得上格力

4版 >>

周其仁对话董明珠： 不尊重工人不可能把产品做好

本报讯 4月25日,在《中国企业家》杂志举办的2014商界木兰论坛上,中国著名的经济学家、北京大学中国经济研究中心教授周其仁,与珠海格力电器董事长董明珠进行了一场主题为“中国制造的力量和底气”的对话。

据格力电器最新发布的2013年年报显示,2013年格力电器营业收入1200.43亿元,同比增长19.91%;净利润108.7亿元,同比增长47.3%。

是什么让格力电器在竞争激烈的家电市场上一路高歌猛进?董明珠以及她一手掌舵的格力电器的力量和底气又来自哪里?

一部微电影,揭开了这个谜底。

这部微电影名为《格力叉车大王—曹祥云》,讲述了一个叫曹祥云的格力叉车工的故事,让前来参加对话活动的周其仁大呼感动。

周其仁认为,这部微电影投射出来的是其所在企业的文化魅力。农民工不是天生的工人,他的成长,代表的是他所在企业完善的组织管理能力,代表的是他所在企业良好的培养训练氛围。虽然曹祥云只是千千万万制造业工人中的一员,但是在他的身上,周其仁看到了格力的竞争力。

他表示,制造的力量和底气有很大的一部分是来自于工人。但中国是农业化过来的工业化,像曹祥云,多少年前就是一个农民,农民的工作和大工业的工作完全不同,所以需要组织、管理和训练,要鼓励他们。

这部微电影展现的是格力电器“小人物,大舞台”的内在文化。董明珠表示,“企业家的责任就是让员工把企业当家,如果员工把企业当家了,那么这个企业就能百战百胜,没有不胜的道理。”

如何让员工把企业当家,周其仁和董明珠同时给出了一个词——尊重。

董明珠说,尊重工人是格力电器的企业文化,这种尊重无关乎职位的高低,“并不是说技术人员就受重视,普通员工就不受重视”。唯有尊重工人才能把产品做好,如叉车工,如果在搬运产品的时候往地上摔,产品的质量就不能保证。一直以来,格力空调的好品质有口皆碑,正是因为格力电器尊重每一个员工,将隐性损害降到最低。

周其仁表示,不管是哪里,什么样的企业,能做出好产品的企业,没有不尊重工人的,不尊重工人不可能把产品做得那么好。因为这是持久提高生产力的。而生产力、生产率是附在人身上的,如果没有创造好的氛围让工人持续努力,企业一定斗不过工资上涨,那么在越南、印度开放以后,中国的工人就没有竞

争力了。

对此,董明珠旗帜鲜明地表示,“公司所有员工,不论职位高低都应该受到尊重。”

董明珠说,作为一家制造企业,格力普通员工尤其是一线工人占据绝大部分,可以说没有他们的付出,就没有格力今天国际制冷业界龙头的地位。虽然他们在学历、文化素质上跟领导干部上有一定差距,但并不能因此就埋没他们的付出,有付出理应有相应的收获。

据资料显示,2013年格力一线工人年薪达5.6万,五险一金齐全,并且该数字还将在2014年大幅提升20%。更难可贵的是,格力电器2013年年报称,“提供单身员工一人一居室、已婚员工两房一厅过渡房”被列入2014年重点工作计划,这表示只要在格力工作就不用担心住房问题。

《财富》揭晓“2014中国最具影响力的50位商界领袖”榜单 董明珠连续七年上榜

本报讯 《财富》(中文版)“2014中国最具影响力的50位商界领袖”榜单于4月1日揭晓,格力电器董事长兼总裁董明珠再次上榜。这是自2008年以来,董明珠连续第七次登上“中国最具影响力商界领袖”排行榜。

纵观今年榜单,在前十名中,除互联网、房地产及“中”字头企业外,格力电器作为制造业唯一代表挺立其中,董明珠作为唯一女性位列第五。

今年的榜单还有诸多亮点,马化腾领衔榜单登上榜首,杨元庆紧随其后,曾经连续三年排在第一位的任正非今年排

名第三,位列第四的是中国建筑材料集团董事长、中国医药集团董事长宋志平;值得一提的是,86岁的褚时健以最后一名的身份晋身本届榜单。

作为表彰中国企业精英的权威榜单,《财富》(中文版)“中国最具影响力50位商界领袖”已连续发布10年。评委会表示,对上榜企业家的评定,系通过对各行业领先者的跟踪观察、评估而选择出那些能够影响企业管理、行业格局和更广阔商业世界的杰出领导者,“我们关注这些商界领袖如何登上事业巅峰,如何保持卓越,以及他们所领导的组织机构”。

格力电器光伏、磁悬浮中央空调首次公开亮相



罗继杰、金嘉玮、李江、张朝晖等行业专家为格力光伏直驱变频离心机揭幕。

本报讯 4月9日在北京开幕的2014年中国制冷展上,格力电器重磅展出的两款中央空调行业明星产品——光伏直驱变频离心机和磁悬浮变频离心机,再次引起行业高度关注。

据了解,这是格力电器首次公开展示这两款最新产品。无论是光伏直驱变频离心机,还是磁悬浮变频离心机,均在节能环保方面有显著优势,将大幅降低社会建筑总能耗。

格力光伏直驱变频离心机于2013年12月在珠海问世,并被认定为“全球首创、国际领先”。该产品利用太阳能直接驱动空调机组运行,提高光伏能源利用率约6-8%,还可省去再单独配备并网逆变器的投资以及场地安装费用,该技术已获得15项发明专利。专家曾称该技术突破了变频空调产品的固有模式,具有颠覆性的创新意义,首次让中央空调不用电费,开

创了中央空调的零能耗时代。

据介绍,光伏空调系统如果大规模使用,可以在用电高峰时段减小电网的压力,对节能减排有重要意义。以应用于珠海格力电器总部的项目为例,一台400kW太阳能变频离心机每年4~10月份投入工作,每天工作8小时,太阳能发电功率340kW,则可省电57.12万千瓦时,可省燃油14.41万升或节省标准煤199.48吨。

这也不难理解,万达集团董事长王健林为什么称格力光伏直驱变频离心机一年可以帮他节省电费10亿元。

同样,作为格力中央空调的另一拳头产品——磁悬浮变频离心机,也是目前国内首款完全具有自主知识产权的磁悬浮离心机产品。该产品应用格力自主开发磁悬浮轴承技术,使压缩机在无油状态下运行,降低机械损失,从而显著提高

了机组能效。

在传统的制冷压缩机中,机械轴承是必需的部件,需要有润滑油以及润滑油循环系统来保证机械轴承的工作。而格力磁悬浮变频中央空调使用磁悬浮轴承,利用磁场,使转子悬浮起来,从而在旋转时不会产生机械接触及摩擦,不再需要润滑系统,一举克服了传统机械轴承式离心机能效受限、噪音大、启动电流大、维护费用高等一系列弊端,是一种更为节能、高效的中央空调产品。

此前,国内企业没有掌握磁悬浮离心压缩机核心技术,这个短板严重制约了我国该类产品在国际市场上的竞争力。2010年3月,格力电器开始自主研发“磁悬浮变频离心式制冷压缩机及冷水机组”项目,并在2014年3月,经专家组鉴定获得“国际领先”认定。

据测算,目前大型公共建筑中空调主机能耗占空调系统的总能耗的25%-40%,如果将现有15%建筑的空调主机改造为格力磁悬浮变频离心机,那么每年可以节约电能14亿度,可节约资金13亿元,新增产值64亿元以上。

据了解,除了这两款重量产品以外,格力电器在去年的制冷展上还展示了多联机、空气能热水器、智能家居等系列产品,让参观者能够更全面地了解一个真实的格力和一个充满科技张力的格力。

首届“金叶轮奖”暖通空调设计大赛作品预审公示

本报讯 4月9日上午,首届“金叶轮奖”暖通空调设计大赛在第二十五届中国制冷展格力展位进行作品预审结果公示。全国勘察设计大师、中国勘察设计协会建筑环境与设备分会理事长罗继杰,中国建筑设计研究院总工程师、中国勘察设计协会建筑环境与设备分会副理事长潘云钢,河北省建筑设计研究院总工程师、中国勘察设计协会建筑环境与设备分会副理事长方国昌,珠海格力电器副总裁黄辉、总裁助理谭建明、国内销售总监胥俊明等专家出席此次结果公示活动。

据悉,本次“金叶轮奖”暖通空调设计大赛是由中国勘察设计协会建筑环境与设备分会、国家节能环保制冷设备工

程技术研究中心主办,珠海格力电器股份有限公司协办,以“变频·创新未来”为主题,面向全国范围开展的一次大型暖通设计大赛。该大赛于去年上海制冷展正式启动后,经过近一年的火热招募,收到了来自全国范围的诸多优秀设计项目,最终有218个作品资格预审合格,顺利进入下一轮评选。

首届“金叶轮奖”暖通空调设计大赛有着与众不同的基因。国内现有的设计大赛主要针对多联机或家庭中央空调,而本次大赛是行业里唯一针对大型中央空调的专业暖通大赛,向全社会征集大型中央空调系统解决方案,秉承公平公正公开的原则,由国内知名暖通专家进行权威评选。

广交会揭秘:格力中央空调三亮点



格力光伏直驱变频离心机现场展示。

本报讯 4月15日,第115届广交会在广州开幕。备受外界关注的格力光伏直驱变频离心机再次成为本届展会的明星产品。

格力电器一直是中央空调领域的领跑者。近几年格力中央空调中标安哥拉非洲杯足球场、南非世界杯主体育场工程、俄罗斯索契冬奥会配套

设施等多项重要的国际项目。格力中央空调已经被越来越多的国家所认可和接受,掌握了行业技术的制高点。

那么在中央空调领域,格力独创的光伏直驱变频离心机有什么新颖的特点呢?

1、强强结合 全球首创 该产品将光伏发电系统、变频离心机系统、光伏微网及暖通群控发电一体化管理系统三个部分完美的强强结合起来,不仅成为全球首套具有光伏发电功能的大型中央空调系统,还是一种新型的发电一体化系统,成为国家分布式能源政策的最佳应用典范。

2、技术先进 性能卓越 该产品集光伏直驱变频离心机技术、三元换流技术、动态负载跟踪MPPT技术、PAWM交错控制技术、光伏微网及暖通群控发电一体化管理技术五大核心技术于一身,COP达到6.7,IPLV达到11.68,比常规

离心机节能40%,光伏直驱利用率高达99.04%,比常规系统的效率提高6%-8%。

3、自发自用 不用电费 该产品能够从开源、节流两个方面实现建筑节能,其光伏发电系统和变频离心机系统具有很好的季节适应性,无论是在炎热的夏季还是在寒冷的冬季,无论是制冷或制热都能够实现电能的自发自用,并且能够实现对外“零费用”,从而有效避开用电高峰期,很大程度上减小了电网压力。即使是在非制冷或制热季节,光伏直驱变频离心机系统也可对外发电增加收益,实现双赢。

目前,格力自主品牌空调产品已经进入了美国、法国、意大利、西班牙、南非、澳大利亚、巴西、俄罗斯等100多个国家和地区,并在海外开设了多家销售公司以及500多家专卖店,全球用户超过3亿,空调销量连续9年位居世界第一。

【新闻链接】

2014年5月5日

《人民日报》

08版·综合报道

《格力电器严抓管理关爱员工：“所有员工都应受到尊重”》

记者：罗艾桦

人民日报

“所有员工都应受到尊重”

格力电器严抓管理关爱员工

“所有员工都应受到尊重”

格力电器董事长兼总裁董明珠在接受采访时表示,格力电器一直秉承“以人为本”的管理理念,始终把员工的利益放在首位。在格力,员工是企业的主人,是企业发展的基石。格力电器始终坚持以人为本,关爱员工,尊重员工,让员工在企业中感受到家的温暖,让员工在企业中实现自己的人生价值。

董明珠表示,格力电器在管理上始终坚持“以人为本”的原则,始终把员工的利益放在首位。在格力,员工是企业的主人,是企业发展的基石。格力电器始终坚持以人为本,关爱员工,尊重员工,让员工在企业中感受到家的温暖,让员工在企业中实现自己的人生价值。

董明珠表示,格力电器在管理上始终坚持“以人为本”的原则,始终把员工的利益放在首位。在格力,员工是企业的主人,是企业发展的基石。格力电器始终坚持以人为本,关爱员工,尊重员工,让员工在企业中感受到家的温暖,让员工在企业中实现自己的人生价值。

格力红四月 “红透”山东



山东“格力红四月”活动现场宾客如云,一片格力红。

本报讯 日前,“格力红四月”大型营销活动圆满落幕,4天销量突破62万套,创山东家电业单项营销活动销量的历史新高。“格力红四月”因此成为山东省家电行业年度营销活动的里程碑。

“格力红四月”活动是山东格力销售公司在2010年“万人空巷抢格力”活动基础上发展而来,迄今已经举办了5年。是山东省家电业持续时间最长、影响力最大的年度营销活动。今年“格力红四月”能够取得巨大成功,归纳起来有五点:准备充分、动员到位、政策给力、造势宏大、执行有力。

准备充分:今年“格力红四月”活动启动时间是4月5日,山东格力自3月初就开始了周密策划部署,3·15期间正式开始认筹,提前20多天拉开了活动序幕。充分预热市场,也有效阻击竞品活动时间靠前的先发优势。最终证明,消费者手握钞票,都在等待“格力红四月”活动的爆发。

动员到位:为了克服连续5年的活动可能产生的懈怠感,山东格力在战前的动员会上上下下足功夫,根据去年的活动情况,在设定基本任务目标的基础上,又设立了挑战目标,各区域

总经理现场自行选择揭牌挑战。据统计,今年“格力红四月”活动销量的增长,基本都来自各区域挑战目标的贡献。

政策给力:“格力红四月”活动的最大卖点是全年最低价,一年仅此一次。山东格力在多年活动的经验上反复权衡,找到消费者利益和经销商利益的平衡点,改变了“便宜无好货”的传统观念,质量、品质、价格,少一个都不是“格力红四月”,并将这样的认知深植入消费者心中。

造势宏大:高空、地面、终端、新媒体……山东格力在今年活动的宣传真正做到了无缝覆盖。此外,由于前期沟通工作到位加上对卖场利益的兼顾,连锁卖场尤其是二三级市场的区域骨干卖场,对“格力红四月”活动全力支持,卖场内外、楼上楼下一片格力红。

执行有力:山东格力对本次营销活动提出:“认真”、“快”、“坚守承诺”、“绝不找借口”的口号,激发了每一位员工和经销商的责任感和荣誉感,这种责任感和荣誉感又充分落实到每一个细节中。可以说,格力红四月销量的爆发,就是每一位格力人责任感和荣誉感的爆发。

(山东格力 马宏伟)

格力全产业链产品体验馆亮相鸟巢

本报讯 日前,集中展示格力产品与创新技术成果的格力电器鸟巢体验馆正式开门迎宾。这家位于北京北四环鸟巢东北角的格力全产业链产品体验馆建筑面积2000平米,是目前华北地区最大的格力电器全产业链产品体验中心。

走进格力鸟巢体验馆,仿佛置身于“奇妙的低碳制冷王国”。乘着“让天空更蓝,大地更绿”的节能环保理念,将格力在节能环保、智能科技等方面的最新成果融入到体验馆的建设中,全面展现格力电器最新的科技成果,体验科技带给生活的改变,是格力电器鸟巢体验馆建设的宗旨。

馆建设的宗旨。

为此,鸟巢体验馆内建有噪音实验室、风速测试场、极冷环境实验室、极热环境实验室等互动体验场所。很多情况下,家用电器的质量如何,消费者只能看说明书,听导购员讲解。在格力鸟巢体验馆,只需要动动手指,按下按钮,你想了解的产品运行数据、性能参数就能准确无误呈现出来,不仅科普了知识,还做了个明白的消费者。

在互联网思维充斥着每个角落的今天,以代表实力和科技的体验馆作为消费者接触产品认知产品的重要场所,仍然



北京格力全产业链产品体验馆场景。

在大众日常生活中扮演着重要的角色。(北京格力 吴巧梅)

格力空调海外热销 启德行槟城设展示厅



到场嘉宾一起举行剪彩仪式。

3月31日,格力电器(Gree)启德行槟城办事处展示厅正式开展。马来西亚格力总代理启德行集团副董事经理天猛公刘利民出席开张仪式时致辞:格力向来非常重视品牌发展,为此,将持续提升产品质量,满足用户的真正需求,让用户称心如意。他表示,格力空调节能效果显著,耗电量小,深受当地用户喜爱。

刘利民介绍,启德行引进格力空调约9年,销售量增长迅速,这一切得益于经销商与客户的鼎力支持。

“我们把经销商视为伙伴,并视互惠互利为彼此的生意政策,同时,我们也将继续为客户提供优势服务,与客户保持良好关系。”

刘利民说,启德行槟城首间办事处展示厅设于祥德路,

随之获得广泛回响。预计未来格力展示厅将在更多地方出现,让客户更方便接触格力的优质产品与售后服务。

他补充,目前在西马,槟城、吉隆坡、登嘉楼设有启德行展示厅,东马设有10家分行。

格力电器海外销售公司亚太区经理彭鸿在开张仪式上致辞:成军20多年的格力,是全球最大空调生产制造商,家用空调年生产能力高达6000万套。目前全球家用空调市场约1亿套,换言之,每3台空调中就有一台是格力制造。“每年,格力从中国引进大马约25万套空调。”他强调,格力将尽力按照大马市场需求,生产优质空调,让经销商放心代理销售。

出席开张仪式的嘉宾包括槟城冷气及冷房商公会主席庄汉隆、启德行有限公司槟城经理邵常多、代理经销商与客户等。

(摘自马来西亚《东方日报》,有修减)

TOSOT 入市 格力生活家电战略正式启动

TOSOT 是格力电器全新打造的全球化高端时尚生活电器品牌。

TOSOT 意指“Technology科技”、“Original原创”、“Style风格”、“Outstanding卓越”、“Trust信任”,代表对一种品牌态度和一种理念价值的向往,致力于让独特的品位成为生活必不可少的源质,让卓越的科技成为品质生活的必备元素,让全球用户共同分享时尚科技带来的愉悦体验。

TOSOT 目前拥有电风扇、电暖器、净水器、空气净化器、加湿器、干衣机等健康电器和电饭煲、电压力锅、电磁炉等厨房电器。所有产品依托格力强大的渠道面向全球消费者。

TOSOT, 世界的选择。



奔跑的格力人



【编者按】年轻的施杨自毕业起一直就职于北京格力，从一个懵懵懂懂的青涩毕业生，用7年的时间成长为一个女汉子似的卖场部部长。期间，她有过迷茫，有过退缩，有过抗拒！但最终她和格力一起成长并凤凰涅槃！从最低层的业务员到公司中层，她最明白格力那些事！

公道自在人心！且成长且珍惜！

奔跑的员工才配得上格力

作者系北京格力销售公司员工 施杨



今天早晨，当我走进办公室，同事给我看媒体上关于格力血汗工厂的报道。我没有像同事那样义愤填膺，反而想起了我第一次走进格力的青涩样子。这么多年来，很多人离开，很多人进来。而我在这一呆就是7年，从一个懵懂的大学毕业生，成长为一个女汉子似的卖场部部长。

2007年的愚人节，我收到了北京格力的入职通知。我一度以为那是个玩笑，但还是抱着看看地态度来到了公司。幸运的是，那不是个玩笑，我进入了格力。同很多人一样，格力是我的第一份工作，我们也就是所谓“根正苗红”的格力人。这么长的时间，我的为人处世、行事准则已经和这个企业完全融合。当然，这个企业也给了我很多。

我的第一个职位是业务

经理，一个月2500块钱。那是奥运会的前一年，物价并不比现在低多少。准确地说，我的职位是郊区业务经理，负责怀柔、密云、平谷。熟悉北京的人都知道那三个地方意味着什么。领完第一个月工资，和我一起进格力的一个同事，直接就消失了。我的第一反应也是离职，但我觉得就这样离开太窝囊了，要离开也得昂着头体面地离开。于是很长一段时间，我都是带着报复的心态去工作。我不愿跟上司做任何交流，觉得那样做浪费时间浪费感情。但他交待的事情我都会超额完成。我工作的唯一目的只有一个，让你们看见是你们配不上我。

就这样过去了大半年。有一天，在毫无征兆的情况下我被提拔为区域经理，薪水也比原来翻来一倍还多。那一刻，

真有一种扬眉吐气的感觉，我想跟所有的人诉说自己这大半年的委屈。特别是领导，我想对着他耳朵大声说，姑奶奶不跟你玩了，你这破单位配不上姑奶奶。只是他交待完工作，直接走了，而我也没有勇气拉住他。坐到办公桌前平静下来，我才恍然大悟，原来所有的一切都只存在自己的内心中，我呈现给外人看的是一个拼命工作的形象。那时候，我开始认真去思考自己的新职位以及这个企业。这个企业最大的特点就是高速增长，就像一匹在草原上狂奔的骏马。我的新职位意味着薪水的大幅度提升，同时也意味着任务的大幅度增加。我的奔跑速度跟得上这匹马，那我就是坐在马上的主人，跟不上就被甩在了后头。

又是一年的勤奋工作，我

的职务升到了副部长，很多区域经理已经变成了我的部下。但是发工资的时候，我发现了一件惊奇的事情——工资降了。我的手下工资竟然比我还高。真是天下之大，什么奇事都有啊，升职降薪，这是在阴姑姑奶奶啊！于是，我直接推开领导的门，告诉他我还想做区域经理，不想做副部长。领导根本没有废话，让干一段再说。过了一段时间，公司搞薪酬体系改革，副部长的待遇还是比区域经理高出了不少。躲到墙角，偷偷擦了把汗，幸亏没有回去做区域经理啊。跟老爸聊起这件事的时候，老爸常说一句话，好好干活，领导不是糊涂蛋。真是至理名言啊。

今天，我坐在卖场部部长的办公室，也接待着各式各样的下属。看他们的表情，我就知道他们在想什么：嫌待遇低的、说压力重的、怀才不遇的、公司制度不合理的……形形色色。我也想像当初我那位领导那样，酷酷的只安排不解释。只是修为不到家，还有女孩子的本性，有时忍不住还是跟他们解释上几句。但是从本心上讲，我还是更愿意根据工作去判断一个员工——内心活动只是你自己的。在一个高速增长的企业里，员工也必须成长，只有奔跑的员工才配得上格力。

很遗憾，我不能用华丽的词汇描述，只能像记流水帐一样的记录自己的成长经历。我是施杨，我爱格力，我爱自己的工作。

格力人的真实情感

作者系格力电器离职员工 孟庆涌

“被免离职的孟姓中层干部”就是我，一不小心上了新闻，还是新华网，高端大气上档次，主流媒体。

我只是说了实话，说了真心话而已，天朝跟发达国家相比，存在诸多不足，但是就企业用工而言，还是比较公平的，至少可以双向选择，每个人都有机会做领导做骨干拿奖金或者混日子或者另谋高就，这个就看个人能力和选择

了，就我而言，个人的工作思路工作态度工作能力与领导的同步，被免很正常，对新岗位不适应不接受就辞职了也很正常，当时觉得自己很牛，去过三个企业做高管对比过后才知道，格力真的是好企业，至少在国内家电企业中是这样的，三个企业多的干了三个月，少的干了一天，一天那个是报到当天旁听了一次销售会议、看了毛左的管理方

式，觉得这个企业不适合自己，第二天辞职自己买机票回家，也许是个人能力问题，一家之言，不能以偏概全。

回到格力的新闻上来，看到这些负面新闻，心里很反感，这绝不是某个人个人行为，绝对是某个组织对格力对董姐的阴谋行动，一时冲动，说了一段实话，也是真心话，没想到被新华网引用，荣幸。这种对格力对董姐针对性的

攻击，对绝大多数格力人都是一种伤害，试想，如果攻击得逞，最终受害的是谁？受益的又是谁？谁敢说自己是受益者。

最后，还是那句话，干得爽就干，不爽就不干，格力没人逼着你干或者骗着你干，但不能背后诋毁这个企业，这是人品问题；作为一个在珠海安家的人，一个前格力员工，我还是要说：格力加油。

微评论

@ 新京报 3C 事业部总监 田丛：

好文字，简单朴实，从一个人的经历能看出企业优良的基因。

@ 北京田氏制冷设备安装工程有限公司常务副总经理 刘伟：

昨天看了一篇格力员工写的小文章，不禁潸然泪下。作为一名曾经格力的老员工，她所经历的路程，我又何尝未曾走过。其实本无意转发此类心灵鸡汤，但情真意切的自述和积极向上的心态实在是令人难以抗拒。只想给身边工作在一起的同事朋友们说，活着容易，生活不易，工作好找，干好不易，且走且想，一路多珍惜！

@ 北京格力 张波：

看了自己员工写的这些文字，不禁鼻子一酸，因为突然发现除了时间比她长一点，我的经历也基本上如此。奔跑已成了格力的基因，跟上奔跑的步伐已成为对每一个格力人和经销商的基础要求。让我们继续携手努力奔跑吧，记住一点就好了：在背后对你指指戳戳的人，都是被你甩在后面的人！

@ 江西格力 邓悦：

在格力工作已经第14个年头，格力的发展伴随着我的成长，在这里结婚生子，市场部从1个人到现在8人，14年间看到太多报到、离职，每个人的想法和需求都不一样，有人选择沉淀下来一同成长，有人选择离开追求自己的梦想，但这都抵挡不了格力这个铁打的营盘不断做大做强。你选或不选格力，她都在那里，屹立世界之巅。

@ 北京格力 周天宇：

看到这篇文章我相信所有在格力体系里坚持下来的员工都会深有感悟，格力不是养闲人的企业，“闲人”在格力也待不住，但是只要在格力坚持下来能跟的上格力脚步的人，格力也会给你一个广阔的平台来实现自己的梦想，我想那些想抹黑格力的人，你们这样做只会激发我们格力人更高的斗志，我们会拿出更高、更好的业绩反击你们，让你们的丑陋暴露于光天化日之下，我们相信，中国的媒体行业也会越来越天空更蓝大地更绿。

@ 格力电器商技一部 陈颖：

别的不说，光员工推荐空调，其实是福利呀！只有亲友才能享受此待遇，名额还有限呢，价格比专卖店划算，以前好多朋友都问我找格力员工买格力空调有没有优惠，现在总算有啦！挺好的。哪个公司没有点问题，哪种观点能让所有人认可，但常怀感恩心，爱国家，爱公司，是最低道德标准吧。